



Présentation de la formation ECR « KIT Efficacité des promotions »

2014



Objectifs de la formation

- **S'approprier les fiches du kit promo ECR : définitions, les bonnes pratiques promotionnelles, KPI**
  - Connaitre les types de promos actuelles et les innovations
  - Savoir analyser les promotions.

- **Partager les best practices et favoriser les échanges distributeurs-industriels pour mieux servir le conso-shopper**

- **Développer les compétences des équipes dans la construction de promotions créatrices de valeur**



Public concerné

- **Distributeurs** (GSA et spécialistes) et **Industriels**
- **Adhérents ECR** et **non adhérents**

Category Managers, acheteurs, développeurs de l'offre, comptes clés, promotion managers, trade managers, chargés d'études, supply chain managers	
PARTICIPANTS	**MANAGERS**
Cadres intervenant **directement** sur les promotions et **en prise de poste** (promotions managers, trade managers…) ou **indirectement** sur les promotions	d'une équipe intervenant directement ou indirectement sur les promotions



Déroulement de la formation





Implication du Manager



Formation
du
collaborateur



Programme de formation ECR sur les promotions

1er trimestre 2014

2ème trimestre 2014

3ème trimestre 2014

4ème trimestre 2014

Webinar du Manager – 25 février

Travail Préparatoire 1 h

18 mars

Webinar du Manager – 20 mai

Travail Préparatoire 1 h

10 juin

Webinar du Manager – 10 juillet

Travail Préparatoire 1 h

27 août

Webinar du Manager – 30 septembre

Travail Préparatoire 1 h

21 octobre

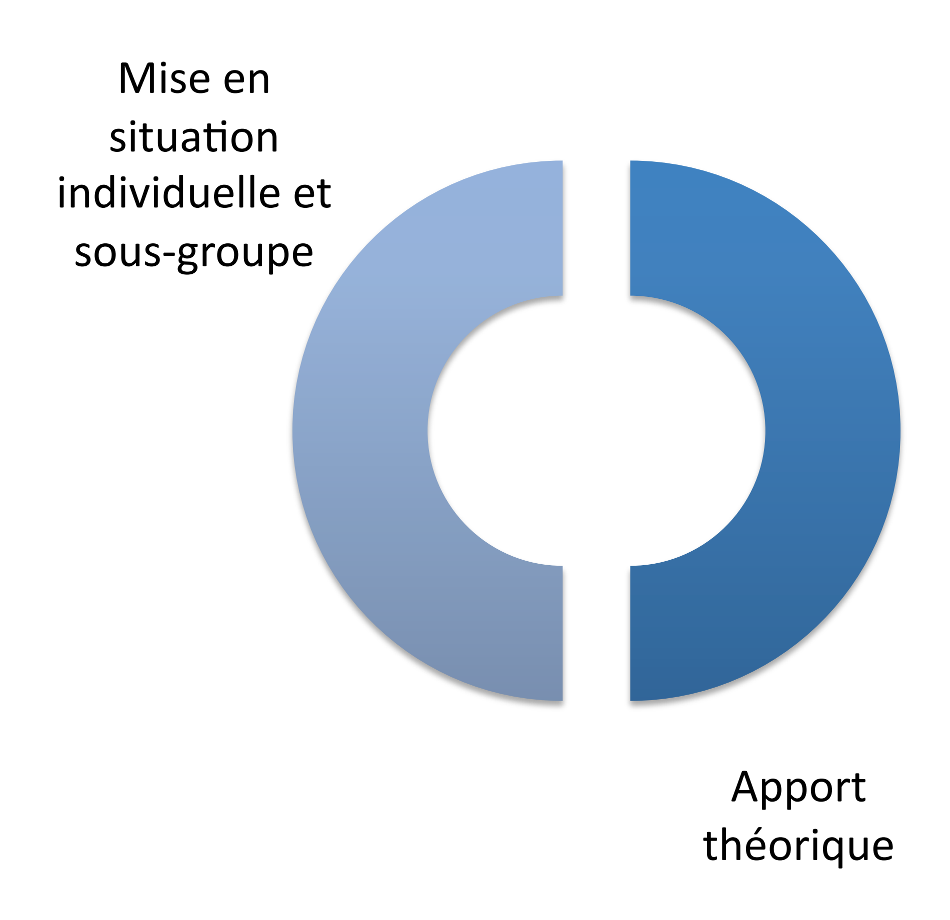


Programme des modules de formations ECR

	Contenu	
Contexte légal		
Contexte économique	✓	
Les enjeux des promotions en France	✓	
Benchmark international	✓	
Définition et objectifs des promotions par acteur	✓	
Ce qui est mesuré par les panels et les limites	✓	Travail préparatoire
Les nouveaux outils de suivis pour les distributeurs et les industriels	✓✓	
Qu'est ce qu'une promotion efficace	✓	
Les incontournables pour améliorer l'efficacité d'une promotion.	✓	
Organisation et Processus Opérationnel	✓	Travail préparatoire
La réponse à l'appel d'offre	✓✓	Cas pratique
Mesure de l 'efficacité des promotions par les industriels et les distributeurs	✓✓	Cas pratique
Calcul de l'incrémental	✓✓	Cas pratique
Objectif conjoint et bilan d'une promotion	✓✓	Mise en situation
Suivi opérationnel de la promotion	✓✓	Mise en situation
La promotion de demain	✓	



Contenu du module inter-entreprise





Agenda « du module inter-entreprise »



MATIN

9h00 ➢ **Accueil et présentation**

➢ **Contexte et enjeux de la promotion**

➢ **Organisation des promotions**
- Structure, timing et process

10h00 ➢ **Les étapes du processus promotionnel et les clés de l'excellence**
- Brief
- Envoi de l'appel d'offre

10h30
- ❖ *Cas pratique 1*
- Sélection des produits
- Sélection des mécaniques
- Prévision des ventes
- ❖ *Atelier 1*
- Montage de l'OP
- Livraison et chaîne logistique
- Mise en place de l'OP
- Bilan de l'OP

12h30

APRES-MIDI

13h45 ➢ **Les objectifs de chaque acteur**

14h00 ➢ **L'efficacité promotionnelle et sa mesure** (ventes incrémentales et rentabilité économique)
- Efficacité pour le distributeur
- ❖ *Atelier 2*
- ❖ *Atelier 3*
- Efficacité pour l'industriel
- ❖ *Cas pratique 2*

16h30
- ❖ *Cas pratique 3*
- Suivi des promotions par les instituts
- L'efficacité commune

➢ **La promotion de demain**



➢ **Bilan**
- Autodiagnostic pour retour au manager
- Bilan des participants

17h15



Des bénéfices **maximisés** pour l'entreprise, le participant et le manager

Meilleur taux d'assimilation

- Travail préparatoire des participants avant la formation
- Réflexion sur des cas pratiques en sous-groupe

Implication de la hiérarchie

- Webinar avec le manager préalablement à la formation du/des participants
- Retour des participants formés sous forme d'autodiagnostic

Opérationnalité

- Mise en place facilitée en entreprise : outils simples mis à disposition, Fiches 18 et 19
- **Travail collaboratif inter-entreprises, distributeurs et industriels**
- Adaptée pour les grands groupes et les PME
- **Sessions interactives** (max. 10 participants)



En savoir plus….



- **Date des formations 2014**
  - **Présentielle :** (9h00 à 17h00) : ***18 mars, 10 juin, 27 août, 21 octobre***
  - **Webinar pour le Manager :** webinar d'une heure (09h00-10h00) pour les managers des stagiaires inscrits :

25 février 2014, 20 mai 2014, 10 juillet 2014, 30 septembre 2014,

- **Tarifs**
  - Adhérent : **325€ H.T.**
  - Non adhérent **: 725€ H.T.**
  - **-5%** pour 2 inscrits
  - **-10%** pour 3 inscrits et +
  - Déjeuner inclus
  - **Managers** : gratuit

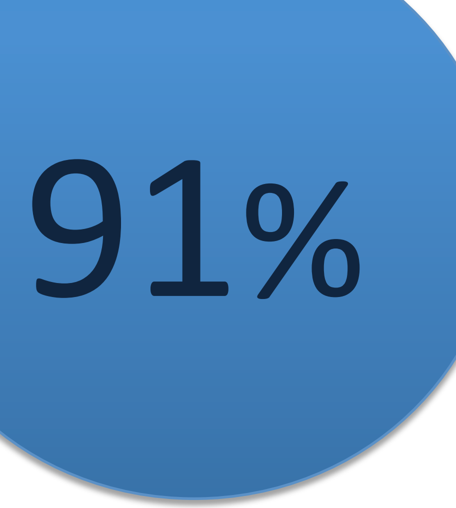
Contacts : ECR France
14, rue Magellan 75008 PARIS
Tel : 01 56 89 89 30
www.ecr-france.org

Françoise.acca@accareasearch.com
emilie.chalvignac@ecr-France.org



Des collaborateurs conquis

Un taux de recommandation de



Ils ont dit…

« Très bonne formation qui me permet de bien appréhender la mécanique promo en mass. A initier dès l'arrivée dans l'entreprise je pense».

« Formation très riche, vivante. Beaucoup d'exemples concrets et de mises en situation».



Les formateurs





Françoise Acca

Animatrice du groupe projet ECR Promo
Consultante Insight Shopper et Category management

• Elle occupe pendant 17 ans différentes responsabilités nationales et internationales au sein d'enseignes de distribution leader. Elle a notamment managé l'équipe Performance Commerciale alimentaire de Carrefour France et a crée le bureau d'études Marketing de Carrefour Italie.

•Experte en Insight Shopper et orientée digital elle a co-rédigé la boîte à outils « Etudes et Diagnostic Catégoriel » ECR-IFM 2013 et a lancé une application web B2B.

•Elle intervient dans les missions de conseil auprès de distributeurs et d'industriels autant en alimentaire qu'en non alimentaire et anime le groupe projet ECR «efficacité des promotions. »





Emilie Chalvignac

Animatrice groupe projet ECR Promo
Chef de projet ECR Offre

• 10 ans d'expérience en Marketing et Communication dans des secteurs plein de challenges comme les services, l'automobile, la culture ou encore l'offre PGC en grande distribution.

•Experte dans la définition et le partage de langages communs pour faciliter la communication clients-fournisseurs-prestataires et la compréhension des attentes des consommateurs,

•Responsable des projets « Offre consommateurs » au sein d'ECR France : «Etudes et panels», «Zéro rupture : mode d'emploi», «Efficacité des Promotions»